



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

DAFTAR PUSTAKA

- Batsell, J. (2015). Engaged journalism: Connecting with digitally empowered news audiences. Columbia University Press.
- BBC. (2014, November 29). Media sosial mengubah cara kerja jurnalis. Diambil dari https://www.bbc.com/indonesia/majalah/2014/11/141128_majalah_lain_media
- Bossio, D. (2017). Journalism and social media: Practitioners, organisations and institutions. Springer.
- Broersma, M., & Graham, T. (2012). Social media as beat: Tweets as a news source during the 2010 British and Dutch elections. *Journalism Practice*, 6(3), 403-419.
- Canter, L. (2012). Web 2.0 and the changing relationship between British local newspaper journalists and their audiences (Doctoral dissertation, University of Sheffield). Diakses dari <http://etheses.whiterose.ac.uk/3774/>
- Canter, L. (2013). The interactive spectrum: The use of social media in UK regional newspapers. *Convergence*, 19(4), 472-495. <https://doi.org/10.1177/1354856513493698>
- Christie, Ananda. 2017. Interaktivitas media Baru : Studi Kasus Pada Tempo.co. Tangerang : Universitas Multimedia Nusantara
- Ciptadi, S. G., & Armando, A. (2018). Upaya Agensi Melawan Logika Jangka Pendek Jurnalisme Daring: Studi Kasus Tirto. id. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 62-72. <https://doi.org/10.7454/jki.v7i1.9690>
- Creeber, G., & Martin, R. (2009). Digital Culture: Understanding New Media: Understanding New Media. McGraw-Hill Education (UK)
- Dunay, P., Krueger, R., & Elad, J. (2010). *Facebook advertising for dummies*. John Wiley & Sons.
- England, E., & Finney, A. (2011). Interactive Media—What's that? Who's involved?. ATSF White Paper-Interactive Media UK, 12.FF.
- Eriyanto, A. I. (2011). Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya. Jakarta: Kencana.
- Febrian, H. (2015). Spektrum Interaktivitas Penggunaan Facebook oleh Kompas.com Untuk Menjaga Interaktivitas Pembaca. Universitas Multimedia Nusantara.

- Fitton, L., Hussain, A., & Leaning, B. (2014). *Twitter for dummies*. John Wiley & Sons.
- Flew, T. (2002). *New Media: An Introduction* (2nd Edition). South Melbourne: Oxford University Press.
- Flew, T. (2008). *New Media: An Introduction* (3rd Edition). South Melbourne: Oxford University Press.
- Haryanto, I., (2011, September 24). *Jurnalisme dan Media Sosial*. Diakses dari <https://nasional.kompas.com/read/2011/09/24/02165068/Jurnalisme.dan.Media.Sosial>
- Indra, P. A. N. (2016, Oktober 29). *Tirto.id Raih Gelar Laman Berita Terbaik versi PANDI*. Diakses dari <https://tirto.id/tirtoid-raih-gelar-laman-berita-terbaik-versi-pandi-bZf7>
- Jensen, K. B. (2010). *Media convergence: The three degrees of network, mass and interpersonal communication*. Routledge.
- Jensen, J.F. (1998). *Interactivity’: Tracking a New Concept in Media and Communication Studies*. Nordicom Review. 201. Diakses dari <http://www.nordicom.gu.se/en/tidskrifter/nordicom-review-11998/interactivity-tracking-new-concept-media-and-communication-studies>
- Karjaluoto, E. (2008). “A Primer in Social Media: Examining the Phenomenon, It’s Relevance, Promise, and Risks”. *Communication Arts Design Annual 54*. Diambil dari <http://www.smashlab.com/media/white-papers/a-primer-in-social-media>.
- KataData. (2016, November 11). *Indonesia Pengguna Twitter Terbesar Ketiga di Dunia*. Retrived April 24, 2018, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2016/11/22/indonesia-pengguna-twitter-terbesar-ketiga-di-dunia>
- Kemp, S. (2018, April 24). *Social Media Use Jumps in Q1 Despite Privacy Fears*. Diambil dari <https://wearesocial.com/blog/2018/04/social-media-use-jumps-in-q1-despite-privacy-fears>
- Khang, H., Ki, E. J., & Ye, L. (2012). *Social media research in advertising, communication, marketing, and public relations, 1997–2010*. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 89(2), 279-298. Diambil dari https://www.researchgate.net/publication/254120644_Social_Media_Research_in_Advertising_Communication_Marketing_and_Public_Relations_1997-2010
- Knight, M., & Cook, C. (2013). *Social media for journalists: principles and practice*. SAGE Publications Limited.

- Kriyantono, R. (2006). Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta, PT Kencana Prenada Media Group.
- Kriyantono, R. (2009). Teknik Praktis Riset Komunikasi. Penerbit Kencana, Jakarta.
- Kurmia, N. (2005). Perkembangan teknologi komunikasi dan media baru: implikasi terhadap teori komunikasi. Mediator: Jurnal Komunikasi, 6(2), 291-296. Diambil dari <https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/mediator/article/download/1197/751>
- Kusnandar, V. B. (2019, Mei 16) Pengguna Internet di Indonesia 2018 Bertambah 28 Juta. Diambil dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/05/16/pengguna-internet-di-indonesia-2018-bertambah-28-juta>
- Lacy, K. (2010). Twitter Marketing for Dummies. New Jersey. Wiley Publishing.
- Lennon, R., & Curran, J. M. (2012). Social networks and older users: An examination of attitudes and usage intentions. Contemporary Marketing Review, 2(2), 01-13.
- Levy, P. (2001). Cyberculture (Vol. 4). U of Minnesota Press.
- Lievrouw, L., & Livingstone, S. (2006). *Handbook of new media: Student Edition*. New York: Sage Publications.
- Lister, M., Giddings, S., Dovey, J., Grant, I., & Kelly, K. (2008). New media: A critical introduction. Routledge.
- Margianto, J. H., & Syaefullah, A. (2012). Media online: Pembaca, laba, dan etika. Jakarta: Aliansi Jurnalis Independen Indonesia
- Mayfield, A. (2008). What is social media? [e-book], Diakses dari https://www.icrossing.com/.../What%20is%20Social%20Media_iCrossing_ebook.pdf
- McQuail, D. (2000). Mc Quail's Communication Theory (4th Edition). London. Sage Publication.
- McQuail, D. (2011). Teori Komunikasi Massa Edisi 6 Buku 1. Jakarta: Salemba Humanika.
- Nasrullah, R. (2015). Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Neuman, W. L. (2005). Metodologi Penelitian Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. Jakarta: PT Indeks.

- Nistanto, R., K. (2014, September 22) Facebook Ungkap Jumlah Penggunanya di Indonesia. Retrieved April 18, 2018 from <https://tekno.kompas.com/read/2014/09/22/15205237/Facebook.Ungkap.Jumlah.Pengg.>
- Paramastri, N. A. (2017). Penggunaan Twitter Oleh Tirto.id. Universitas Padjadjaran. Bandung.
- Pertiwi, W. K. (2018, Maret 1). Riset Ungkap Pola Pemakaian Medsos Orang Indonesia. Diambil dari <https://tekno.kompas.com/read/2018/03/01/10340027/riset-ungkap-pola-pemakaian-medsos-orang-indonesia>
- Puntoadi, D. (2011). Menciptakan Penjualan Melalui Social Media. Jakarta: PT Elex Komputindo.
- Risangdaru, K. (2018, Juli 06) Bagaimana Cara Tirto.id Menggarap Infografik dan Visual Report?. Diambil dari <https://academy.getcraft.com/crafters/id/id/bagaimana-cara-tirto-id-menggarap-infografik-dan-visual-report>
- Safko, L. (2010). The social media bible: tactics, tools, and strategies for business success. John Wiley & Sons
- Septania. R., C. (2018, Maret 02). Indonesia, Pengguna Facebook Terbanyak ke-4 di Dunia. Diambil dari <https://tekno.kompas.com/read/2018/03/02/08181617/indonesia-pengguna-facebook-terbanyak-ke-4-di-dunia>
- Shirky, C. (2008). Here comes everybody: The power of organizing without organizations. Penguin.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Tiba, Z., (2015 Januari 30). Nasib Media Cetak di Indonesia. Diambil dari <https://www.benarnews.org/indonesian/berita/masib-media-cetak-indonesia-12312015145735.html>
- Tirto.id. (2016). Jernih, Mengalir, Mencerahkan bersama Tirto.id. Diakses dari <https://tirto.id/insider/tentang-kami>
- Tirto.id. (2016). Redaksi. Diakses dari <https://tirto.id/insider/redaksi>
- Yang, Y., & Coffey, A. J. (2014). Audience valuation in the new media era: Interactivity, online engagement, and electronic word-of-mouth

value. International Journal on Media Management, 16(2), 77-103. Diakses dari <https://doi.org/10.1080/14241277.2014.943899>

Yusra, Y. (2018, April 4). Facebook Partners with Tirto.id to Introduce Third Party Fact Checking Feature. Diambil dari <https://dailysocial.id/post/facebook-tirto-third-party-fact-checker>

Zaenudin, A. (2018, April 2). Facebook Gandeng Tirto.id untuk Program Third Party Fact Checking. Diambil dari <https://tirto.id/facebook-gandeng-tirtoid-untuk-program-third-party-fact-checking-cG7s>

